



**Jurnal Al-Falah Perbankan Syariah**

Volume 4 No 1, Juni 2022

p-ISSN 2774-8758

e-ISSN 2746-5829

**RELEVANSI STRATEGI MANAJEMEN PENGELOLAAN BISNIS  
ALA NABI MENUJU ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN SOCIETY 5.0  
OLEH AL JAM'İYATUL WASHLIYAH**

Burhanuddin Al-Butary<sup>1)</sup>, Hendri Tanjung<sup>2)</sup>, Nurhadi<sup>3)</sup>

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Universitas Ibnu Khaldun, Universitas  
Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [burhanuddin@umnaw.ac.id](mailto:burhanuddin@umnaw.ac.id)

***ABSTRACT***

The civilization of the world of science and technology is now heading towards the era of industrial revolution 4.0 and society 5.0, it takes the readiness of the world community to be able to deal with it. Indonesia, the majority of the population is Muslim, there are many Islamic organizations, one of which is Al Jam'iyatul Washliyah. This study aims to explore the relevance of the Prophet's business management management by Al Jam'iyatul Washliyah towards the industrial era 4.0 and society 5.0. The methodology used is a literature study approach to national and international journal articles, as well as books and other literature related to business management in the style of the Prophet. Second, it is necessary to reconstruct the side of the *tijarah* of the Prophet Muhammad, especially the business management that he implemented so as to achieve spectacular success in his time, so the theory and practice of the Prophet's business will remain relevant throughout the ages. Third, the principles of efficiency and effectiveness are used to measure the level of success of a business. This principle is still needed even in conditions as high and sophisticated as however the application of human science and technology requires ethical business services and behavior, and this is an important part of Islamic economic philosophy, namely *at-Tawhid, wal 'adlah wal mslahah*. In other words, in order to be successful in running a business, the characteristics of *shiddiq, amanah, tabligh, amanah, and fathanah* can be used as the basic capital to apply the principles of efficiency and effectiveness. In this case Al-Washliyah needs to carry out business management in the style of the Prophet, because this is in accordance with Islamic teachings.

**Keyword:** Prophetic Business, business management, industrial revolution 4.0 and society 5.0, Al-Washliyah.

***ABSTRACT***

Peradaban dunia ilmu pengetahuan dan teknologi kini sedang menuju era revolusi industri 4.0 dan society 5.0, dibutuhkan kesiapan masyarakat dunia untuk bisa menghadapinya. Indonesia mayoritas penduduknya adalah muslim terdapat banyak ormas Islam, salah satunya adalah Al Jam'iyatul Washliyah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor relevansi manajemen pengelolaan bisnis ala Nabi oleh Al Jam'iyatul Washliyah menuju era industri 4.0 dan society 5.0. Metodologi yang digunakan yaitu pendekatan studi literatur terhadap artikel jurnal nasional dan internasional, maupun buku dan literatur lainnya terkait manajemen pengelolaan bisnis ala Nabi. Temuan utama yang dihasilkan dalam penelitian ini : Pertama, dalam rangka menuju era revolusi industri 4.0 dan society 5.0 dibutuhkan strategi manajemen pengelolaan bisnis yang baik dan paripurna agar bisa tetap eksis dan sukses yaitu implementasi manajemen bisnis ala Nabi. Kedua, perlu merekonstruksi sisi tijarah Nabi Muhammad Saw, khususnya manajemen bisnis yang beliau terapkan sehingga mencapai sukses spektakuler di zamannya, maka secara teori dan praktek bisnis ala Nabi akan tetap relevan sepanjang masa. Ketiga, prinsip efisiensi dan efektivitas ini digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu bisnis. Prinsip ini tetap dibutuhkan bahkan dalam kondisi setinggi dan secanggih bagaimana pun penerapan ilmu dan teknologi manusia membutuhkan pelayanan dan perilaku bisnis yang beretika, dan ini bagian penting dalam filsafat ekonomi Islam yaitu at-Tauhid, wal 'adlah wal mslahah. Dengan kata lain, agar sukses dalam menjalankan bisnis maka sifat shiddiq, amanah, tabligh, amanah, dan fathanah dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas. Dalam hal ini Al-Washliyah perlu melakukan pengelolaan bisnis ala Nabi, karena ini sesuai dengan ajaran Islam.

**Keyword:** Bisnis Ala Nabi, manajemen bisnis, revolusi industri 4.0 dan society 5.0, Al-Washliyah.

## 1. PENDAHULUAN

Di dalam artikel bertajuk Manajemen Bisnis Rasulullah (Abdullah Arif Mukhlas, dalam Jurnal Al – Iqtishod . Vol. 8 No. 1 Januari 2020), kesuksesan Nabi Muhammad Saw telah banyak dibahas para ahli sejarah, baik sejarawan Islam maupun sejarawan Barat. Salah satu sisi kesuksesan Nabi Muhammad adalah kiprahnya sebagai seorang pedagang (wirausahawan). Namun, sisi kehidupan Nabi Muhammad sebagai pedagang dan pengusaha kurang mendapat perhatian dari kalangan ulama maupun oleh organisasi masyarakat lainnya. Masalah lainnya sehingga perlu ormas Islam berperan dalam bidang ekonomi adalah agar bisa menyediakan atau mengelola produk-produk halal serta tujuan tercapainya maqashid syariah Dalam konteks manajemen pengelolaan bisnis ini menjadi penting untuk difahami dan dilaksanakan oleh masyarakat Muslim, sebab ke depan menjadi

tantangan adalah kesiapan masyarakat Muslim menghadapi era revolusi industri dan society 5.0.

Peradaban manusia akan terus dipengaruhi oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti digambarkan para ahli situasi dan kondisi masyarakat pada era revolusi industri 4.0 dan society 5.0. Pertanyaannya adalah siapakah organisasi masyarakat Islam di Indonesia menghadapinya? Apa yang disebut masyarakat 5.0? Istilah ini bermula dari tahun 2016, sebuah inisiatif yang diusulkan oleh kabinat Jepang dalam dalam Rencana Dasar Sains dan Teknologi ke-5, dengan visi untuk menciptakan “Masyarakat Super Cerdas” (MSC). Ini dianggap sebagai MSC yang diposisikan sebagai tahap perkembangan kelima pada masyarakat manusia. Bertolak dari sejarah peradaban manusia yaitu : sebelumnya masyarakat pemburu/ pengumpul, agraria, industri, dan informasi. MSC mewakili masyarakat berkelanjutan yang terhubung oleh teknologi digital yang hadir secara rinci dengan berbagai kebutuhan masyarakat itu. MSC menyediakan barang atau layanan yang diperlukan untuk orang-orang yang membutuhkannya pada saat dibutuhkan dan dalam jumlah yang diperlukan, sehingga memungkinkan warganya untuk hidup aktif dan nyaman melalui layanan berkualitas tinggi tanpa memandang usia, jenis kelamin, wilayah, bahasa, dan sebagainya. Pemerintah Jepang mempresentasikan visinya tentang Society 5.0, bersama dengan pameran oleh perusahaan-perusahaan pendukung dari Jepang, di CeBIT 2017, festival bisnis Eropa untuk inovasi dan digitalisasi yang mencakup digitalisasi bisnis, pemerintah, dan masyarakat dari segala sudut. (Sumber : <https://ee.uii.ac.id/2020/07/06/mengenal-society-5-0-sebuah-upaya-jepang-untuk-keamanan-dan-kesejahteraan-manusia/>).

Meskipun demikian harus diakui, semua orang menginginkan sistem pelayanan terbaik dan beretika, dan itu hanya bisa dilakukan oleh manusia bukan teknologi. Secanggih apapun teknologi, digitalisasi hanyalah sarana, manusia akan tetap sebagai aktor utama, tetap penting. Oleh sebab itu fokus yang kuat dipertahankan pada pembangunan masyarakat yang membuat bahagia serta memberi rasa nilai. Dalam hal ini posisi organisasi masyarakat Islam menjadi strategis yang memiliki amal usaha baik pendidikan, dakwah dan sosial. Organisasi masyarakat Islam seperti Al Jam'iyatul Washliyah tentu diharapkan dapat berperan dalam kontribusinya terhadap masyarakat baik jasmaniyah maupun rohaniyah. Tulisan ini akan membahas relevansi strategi manajemen pengelolaan bisnis ala Nabi menuju era revolusi industri 4.0 dan society 5.0.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **a. Manajemen.**

Sebagaimana dikemukakan oleh G. R. Terry, *Management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling, utilizing in each both science and art, and followed in order to accomplish predetermined objectives.*

Kemudian George R. Terry dalam buku *Principles of Management*, juga menyatakan bahwa *management is the accomplishing of a predetermined objectives through the efforts of other people* atau manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain. (George R. Terry. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Terj., 2013, h. 5).

Pengertian di atas, menunjukkan peran penting manajemen bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses (*process oriented*) yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Oleh sebab itu, tidak akan ada organisasi yang akan sukses apabila tidak menggunakan manajemen pengelolaan yang baik. Demikian pentingnya peran manajemen yang dapat mempengaruhi dalam pengelolaan dan penataan usaha agar berfungsi sesuai fungsi masing-masing mencapai tujuan organisasi.

#### b. Maqashid Syariah.

Syariat Islam berasal dari Allah swt dengan menurunkan kitab suci Alquran al-karim dan sempurna telah disampaikan oleh Rasulullah Muhammad saw. Itu sebabnya filosofi ekonomi Islam adalah *at-Tauhid wa al-‘adalah, wa al-maṣlahah*. Dengan demikian ekonomi Islam pada hakikatnya sempurna, tiada kezaliman, adil dan mengutamakan kemaslahatan. Perilaku ekonomi yang diharapkan baik ketika akan memulai proses, di dalam proses maupun sesudah proses tetap mengacu kepada maqasid syariah. Dalam kaidah fiqih disebutkan: “*al-umûru bimaqâsidihâ*, tiap-tiap urusan itu tergantung pada niat (apa yang dimaksud). Kata *maqâsid syari’ah* terdiri dari dua kata *idâf dan mudâfun ilaihi*. *Maqâsid* merupakan kata jamak dari yang artinya adalah maksud dan tujuan. Dengan demikian menurut penulis aktivitas ekonomi dalam perspektif Islam mulai dari perencanaan produksi, distribusi dan konsumsi dibutuhkan konsep sebagai dasar bertindak, atau supaya dalam bertindak berdasarkan konsep. Konsep dimaksud adalah konsep syariah yang bersumber kepada Alquran dan hadis. Konsep maqasid syariah merupakan teori perumusan (*istinbât*) hukum dengan menjadikan tujuan penetapan hukum syara’ sebagai referensinya yang dalam hal ini temanya adalah masalah. Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh Abdul Wahab Khalaf,<sup>1</sup> mengerti dan memahami tentang maqasid syariah dapat dijadikan sebagai alat bantu dalam memahami redaksi Alquran dan Sunnah, membantu menyelesaikan dalil yang saling bertentangan (*ta’ârudal-adillah*), dan sangat penting lagi untuk menetapkan suatu hukum dalam sebuah kasus yang ketentuan hukumnya tidak tercantum dalam Alquran dan Sunnah jika menggunakan kajian semantik (kebahasaan).

### c. Strategi.

Menurut Mamduh, strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi menekankan pada aksi atau tindakan untuk mencapai tujuan dan juga pada tujuan itu sendiri. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat, walaupun pada umumnya kedua kata tersebut sering dicampuradukkan. Strategi merupakan sekumpulan cara secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, sebuah perencanaan dalam kurun waktu tertentu.

Dalam menentukan strategi suatu perusahaan, ada tiga komponen penting yang selalu dipertimbangkan, yaitu:

- 1) *Distinctive competence* (kompetensi yang berbeda), yaitu sesuatu yang dimiliki oleh perusahaan yang menjadi kelebihan dibandingkan dengan perusahaan lain.
- 2) *Scope* (ruang lingkup), yaitu lingkungan di mana perusahaan atau organisasi beraktivitas.
- 3) *Resource deployment* (distribusi sumber daya), yaitu cara perusahaan mendistribusikan sumber daya yang dimiliki untuk menerapkan strategi perusahaan.

Strategi pada level bisnis adalah alternatif strategi yang dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang dijalankannya pada setiap unit bisnis. Strategi pada level ini memfokuskan pada operasi yang relevan untuk unit bisnis tertentu. Jika perusahaan mempunyai beberapa unit usaha yang bergerak di beberapa pasar yang berbeda, maka strategi korporasi akan diperlukan. Unit bisnis dibiarkan menentukan strateginya sendiri sedangkan manajemen puncak mengawasi unit bisnis agar konsisten dengan strategi korporasi. Strategi fungsional ditujukan untuk fungsi-fungsi organisasi, seperti fungsi pemasaran, keuangan, riset, dan pengembangan operasi dan sumberdaya manusia.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif-deskriptif dengan pendekatan studi literatur. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan artikel jurnal yang sesuai dengan tujuan penelitian menggunakan aplikasi *Publish or Perish* (PoP), kemudian dilakukan analisis konten (*content analysis*). *Content analysis* adalah metode analisis dengan berupaya mencari tahu isi dan maksud suatu teks untuk menghasilkan deskripsi yang objektif. Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dapat diperoleh dari sumber pustaka atau dokumen bersumber dari artikel jurnal yang disesuaikan dengan tema penelitian. Analisis konten adalah penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau cetak

untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan sah data dengan memperhatikan konteksnya.

Teknik *content analysis* dilakukan melalui 3 tahapan utama. *Pertama*, dengan cara reduksi data, dimana data yang diperoleh dari artikel jurnal direduksi, dirangkum dan dipilih poin-poin yang penting, kemudian dilihat kesesuaian dengan tujuan penelitian yang akan diteliti agar lebih mudah dipahami. *Kedua*, dengan cara *display* data yaitu memaparkan berupa informasi yang diperoleh sebagai hasil dari reduksi data yang memungkinkan adanya pengambilan kesimpulan data sesuai dengan penelitian yang dituju. *Ketiga*, dengan cara penarikan kesimpulan dimana peneliti mencari makna dari data yang dikumpulkan kemudian diambil kesimpulan yang lebih mendasar sesuai dengan penelitian yang dituju.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dalam penelitian ini : Pertama, dalam rangka menuju era revolusi industry 4.0 dan society 5.0 dibutuhkan strategi manajemen pengelolaan bisnis yang baik dan paripurna agar bisa tetap eksis dan sukses yaitu manajemen bisnis ala Nabi. Kedua, perlu merekonstruksi sisi tijarah Nabi Muhammad Saw, khususnya manajemen bisnis yang beliau terapkan sehingga mencapai sukses spektakuler di zamannya, maka secara teori dan praktek bisnis ala Nabi akan tetap relevan sepanjang masa. Ketiga, prinsip efisiensi dan efektivitas ini digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu bisnis. Prinsip ini tetap dibutuhkan bahkan dalam kondisi setinggi dan secanggih bagaimana pun penerapan ilmu dan teknonologi manusia membutuhkan pelayanan dan perilaku bisnis yang beretika, dan ini bagian penting dalam filsafat ekonomi Islam yaitu at-Tauhid, wal ‘adlah wal mslahah. Dengan kata lain, agar sukses dalam menjalankan bisnis maka sifat shiddiq, amanah, tabligh, amanah, dan fathanah dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas. Dalam hal ini Al-Washliyah perlu melakukan pengelolaan bisnis ala Nabi, karena ini sesuai dengan ajaran Islam

**Analisa pertama**, dalam rangka menuju era revolusi industry 4.0 dan society 5.0 dibutuhkan strategi manajemen pengelolaan bisnis yang baik dan paripurna agar bisa tetap eksis dan sukses yaitu manajemen bisnis ala Nabi. Untuk menjelaskan hal ini, terkait era tersebut pernah dibahas pada Prosiding Seminar Nasional Bagian II Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI yaitu Revolusi Industri 4.0 dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan (Perpustakaan Nasional:ISBN: 978-623-9234-1-2 15,5 x 23 cm). bahwa dalam beberapa dekade terakhir, telah terjadi perkembangan teknologi informasi dan internet yang sangat pesat yang mendorong terjadinya revolusi industri 4.0. Perkembangan teknologi ini tidak hanya sekadar membuka interaksi secara luas namun juga mendisrupsi berbagai bidang kehidupan manusia. Fenomena disrupsi memberikan dampak perubahan yang besar dalam berbagai bidang. Disrupsi tidak hanya mengubah bisnis, tapi fundamental bisnisnya. Mulai dari struktur biaya sampai ke budaya, dan bahkan ideologi dari sebuah industri. Paradigma bisnis pun bergeser

dari penekanan *owning* menjadi *sharing* (kolaborasi). Contoh nyata adalah hadirnya Go-jek, perusahaan berbasis teknologi informasi yang memberikan layanan transportasi umum roda dua di awal berdirinya, telah mampu mengubah bisnis transportasi di Indonesia secara signifikan. Bahkan kehadiran perusahaan ini juga mengancam eksistensi bisnis taksi konvensional. Selain itu juga adanya perpindahan bisnis retail (toko fisik) ke dalam e-commerce yang menawarkan kemudahan dalam berbelanja, cukup memberikan dampak bagi industri retail di Indonesia.

Relevansinya dengan strategi manajemen pengelolaan bisnis ala Nabi adalah mendorong kepada terciptanya aktivitas bisnis yang dilandasi kejujuran, amanah, transparansi, dan berkeadilan serta kemaslahatan. Jika hal itu tercipta, maka situasi dan kondisi bisnis pada era revolusi industri 4.0 dan society 5.0 tersebut tidak akan berpengaruh negatif kepada kehidupan manusia. Sebaliknya jika praktek bisnis mengedepankan kecanggihan teknologi tanpa dibarengi etika bisnis yang baik, dimana terjadi praktek bisnis gharar, dan mafsadat lainnya, ini tidak sesuai dengan manajemen pengelolaan bisnis yang diajarkan oleh Nabi.

**Analisa kedua**, perlu merekonstruksi sisi tijarah Nabi Muhammad Saw, khususnya manajemen bisnis yang beliau terapkan sehingga mencapai sukses spektakuler di zamannya, maka secara teori dan praktek bisnis ala Nabi akan tetap relevan sepanjang masa. Untuk penjelasan ini, (Abd. Arif Mukhlas. Manajemen Bisnis Rasulullah, Jurnal Al-Iqtishod. Vol. 8No.1 Januari 2020) bahwa reputasi Nabi Muhammad dalam dunia bisnis sebagaimana juga dipaparkan oleh Muhaddits Abdul Razzaq, menurutnya ketika mencapai usia dewasa beliau memilih pekerjaan sebagai pedagang/wirausaha. Pada saat belum memiliki modal, beliau menjadi manajer perdagangan para investor (*shohibul mal*) berdasarkan bagi hasil. Seorang investor besar Makkah, Khadijah, mengangkatnya sebagai manajer ke pusat perdagangan Habshah di Yaman. Kecakapannya sebagai wirausaha telah mendatangkan keuntungan besar baginya dan investornya. Tidak satu pun jenis bisnis yang ia tangani mendapat kerugian. Ia juga empat kali memimpin ekspedisi perdagangan untuk Khadijah ke Syiria, Jorash, dan Bahrain di sebelah timur Semenanjung Arab.

Dalam konteks manajemen bisnis pelajaran yang dapat diperoleh dari Rasulullah Saw adalah sebagai berikut:

- 1) Sifat pebisnis sejati, jujur, cerdas dan amanah. Dalam waktu 20 tahun menjadi pedagang yang tangguh yang terkenal sampai ke Yaman, Syiria, Irak, Bushra, Yordan, dan Bahrain. Beliau tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis.
- 2) Kiat suksesnya, Beliau berbisnis dengan sistem jemput bola, memperluas jaringan (*networking*), mencari produk baru dan mencari mitra dagang yang strategis.
- 3) Beliau mendapatkan justifikasi dari penelitian ahli ekonomi dan sejarah Amerika Colin, Moores dan Zaleznik's terhadap sejumlah pebisnis Amerika Serikat

bahwa pendidikan bisnis yang tangguh hendaknya dimulai sejak masih anak-anak. Dalam penelitiannya mereka berkesimpulan bahwa “The Act of Entrepreneurship is an Act Patterned After Copying With Childhood Experience” (Sumber : Hendri Tanjung, 2021, 265-267).

Nabi Muhammad adalah nabi terakhir, ajarannya yang bersumber kepada wahyu Allah Sw. takan tetap relevan baik dalam tataran teoritis, maupun praksis berbisnis karena sumber pokoknya adalah dari ajaran Islam itu sendiri, dan akan lestari hingga akhir zaman. Untuk menjelaskan hal ini sebagaimana dikemukakan di atas, bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda: “*Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya*” (H.R. Al-Quzwani). “*Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami*” (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas, dan lain sebagainya hendaknya manajemen pengelolaan bisnis tersebut agar sesuai pannduan Rasulullah Saw. dalam etika bisnis.

Berdasarkan uraian di atas manajemen (strategi) bisnis Nabi Muhammad Saw. dapat dilihat dari sejarah, dimana beliau mulai berbisnis di usia 12 tahun hingga usia 37 tahun atau selama 25 tahun tidak terlepas dari pada nilai-nilai keperibadian (sifat-sifat) beliau yang tauladan yaitu shiddiq, amanah, tabligh, dan fathanah. Ini senada dengan apa yang dituliskan oleh Dr. Hendi Tanjung, PHd :” Manajemen Syariah, bahwa : 1. Sifat pebisnis sejati, jujur, cerdas, dan amanah. 2. Kiat suksesnya, beliau berbisnis dengan sistem jempot bola, memperluas jaringan (*networking*), mencari produk baru dan mencari mitra dagang yang strategis. 3. Beliau mendapat justifikasi dari peneliti ahli ekonomi dan sejarah Amerika Colin, Moores dan Zaleznik’s terhadap sejumlah pebisnis sukses AS bahwa pendidikan bisnis yang tangguh hendaknya dimulai sejak masih anak-anak. Kesimpulan penelitian mereka, bahwa *The act of entrepreneurship is in act patterned after of copying with childhood experiences*” (Hendri Tanjung, 2021).

**Analisa ketiga**, prinsip efisiensi dan efektivitas ini digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu bisnis. Prinsip ini tetap dibutuhkan bahkan dalam kondisi setinggi dan secanggih bagaimana pun penerapan ilmu dan teknologi manusia membutuhkan pelayanan dan perilaku bisnis yang beretika, dan ini adalah bagian penting dalam filsafat ekonomi Islam yaitu at-Tauhid, wal ‘adalah wal mslahah. Dengan kata lain, agar sukses dalam menjalankan bisnis maka sifat shiddiq, amanah, tabligh, amanah, dan fathanah dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas. Hal ini diperlukan, jika bisnis ingin terkelola dengan baik dan sukses yaitu mengelola bisnis dengan cara dan petunjuk Nabi Muhammad Saw. Banyak orang yang telah terjun ke dalam dunia

entrepreneur, akan tetapi realitas yang terjadi banyak dari mereka yang belum mengaplikasikan manajemen ke dalam usaha mereka. Sehingga yang terjadi adalah stagnasi usaha, bahkan kemunduran dan kebangkrutan yang terjadi.

## 5. SIMPULAN

Strategi manajemen pengelolaan bisnis ala Nabi adalah relevan untuk diimplementasikan dalam rangka menuju era revolusi industry 4.0 dan society 5.0. Oleh sebab itu perlu merekonstruksi sisi tijarah Nabi Muhammad Saw, khususnya manajemen pengelolaan bisnis yang beliau terapkan sehingga mencapai sukses spektakuler di zamannya, dimana ajaran (Islam) nya akan relevan dalam setiap ruang dan waktu serta lestari hingga akhir zaman. Kemudian prinsip efisiensi dan efektivitas ini digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu bisnis. Prinsip ini tetap dibutuhkan bahkan dalam kondisi setinggi dan secanggih bagaimana pun penerapan ilmu dan teknologi manusia membutuhkan pelayanan dan perilaku bisnis yang beretika, dan ini bagian penting dalam filsafat ekonomi Islam yaitu at-Tauhid, wal ‘adlah wal mslahah. Dengan kata lain, agar sukses dalam menjalankan bisnis maka sifat shiddiq, amanah, tabligh, amanah, dan fathanah dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim, 2007. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Alamsyah, Halim. 2012. Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015. Disampaikan dalam Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI), Milad ke-8 IAEI, 13 April 2012
- Alim, Mohammad, N. 2011. Akuntansi Syariah Esensi, Konsepsi, Epistemologi, Dan Metodologi. *Jurnal Investasi* Vo, 7 No, 2 Hal 154-161.
- Amir Machmud Rukmana, 2010. *Bank Syariah (Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris Di Indonesia)*, Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Al-Syatiby, al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari’ah, Kairo: Mustafa Muhammad, t.th., jilid II .
- Al-Syatibi, Abu Ish}aq Ibrahim ibn Musa ibn Muh}ammad al-Lakhmi. al-Muwafaqat. al-Mamlakah as-Sa’udiyah al-‘Arabiyyah: Dar ‘Affan, cet. 2, 1997.
- Asmuni & Siti Mujiatun, 2016. *Bisnis Syariah: Suatu Alternatif Penembangan Bisnis yang Humanistik dan Berkeadilan*, Medan: Perdana Publishing, Cet. II.
- Bank Indonesia. 2002. Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia, Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia.
- Bramanto Djohanoputro, 2006. *Manajmen Risiko Terintegrasi*, Jakarta: Penerbit PPM.
- BN. Marbun, 2003. *Kamus Manajemen*, Jakarta: Muliasari.
- Carunia Mulya Firdausy, Achmad Suryana, Riant Nugroho & Y.B. Suhartoko. (2019). *Prosiding Seminar Nasional Bagian II, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI Revolusi Industri 4.0 dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan*. Perpustakaan Nasional, Katalog Dalam Terbitan (KDT), ISBN: 978-623-9234-1-2, 15,5 x 23 cm.
-